融媒体时代电视节目主持人定位研究

摘　要：融媒体时代的来临对节目主持人的个人能力以及职业素养提出了更加严格的要求。我国各大媒体将传统媒体和新兴媒体的融合作为一种重要的战略目标，并且制定了相应的融合规划，这表示着融媒体开始进入到人们的生活当中并受到社会各界的重视。所以，必须快速提高媒体融合的脚步才可以满足当前的社会发展需求。在融媒体时代的大背景下，各类电视节目主持人的定位也出现了明显的变化。本文对电视节目主持人的定位进行了简要论述，旨在能够为相关从业人员提供重要的参考与借鉴。

关键词：融媒体时代；电视节目主持人；定位研究
中图分类号：G222.2　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）11-092-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.11.027

文 / 马瑾瑾

引言

融媒体时代背景下，传统媒体在拥有了新的发展空间的同时，也间接加快了传统媒体行业向新媒体转型的速度。电视节目主持人因为电视节目内容与结构的更新出现了新的变化，新型的信息传输技术使得主持人在个人的立场、情感的控制以及身份等方面都受到影响。而电视节目主持人作为媒体的重要形象代言人，必须对自身有一个准确的定位，通过准确的定位不仅能有效地强化主持人的个人水平以及修养，还能将整个媒体的水平提升到一个新的高度。

1. 融媒体的作用

融媒体是全球媒体信息多元化发展的必经之路，通俗地讲就是把传统的媒体形式（比如电视、广播、报刊杂志等）和新形式媒体（比如电子计算机、移动网络终端、平板电脑等）通过科学、合理、高效的方式进行融合，实现资源共享并把数据集中化处理后，再把加工出来的多元形式的信息资讯利用这些平台进行传播。也就是说融媒体是当前信息时代中媒体的自我发展趋势，并且是以互联网发展作为前提将各种媒体进行融合的方式。

融媒体有两个重要的作用：（1）能够适应各种新的生活环境。社会的进步使得人们的思维模式与看问题的视角发生了相应的变化，传统单一化、规律性强的生活模式已经无法满足当前人们的实际需求，人们渴望收获并分享到多元化的信息数据资源，这也使得传统的媒体传播形式必须在生存与发展中做出选择，而融媒体的出现成功地解决了这个问题。（2）全面强化传媒的质量。当前，社会以及网络充斥着大量的信息与资讯，许多信息资讯可能过了今天之后就变得没有价值，这也使得媒体在单一发展的情况之下是无法保障稳定的利益空间。传统媒体所具备的公信力、专业性强等内涵和新兴媒体的良好互动性、便捷性能够起到良好的互补作用，这对于提高传媒的整体质量是相当有利的。

2. 融媒体时代电视节目主持人如何定位

在传统媒体和新兴媒体相互融合的过程当中，传统的电视媒体出现变化也是大势所趋。因此，节目主持人要与时俱进，将自己从封闭的信息传播者开始向着开放、互动、即兴表现的融媒体人才方向过渡。融媒体主持人必须掌握媒体的交互融合、即时互动和公共平等为核心的新媒体内容并突破原本的主持风格，将自我价值在真、快、广等方面全面展示出来，以满足当前融媒体环境下的电视节目传播需求。

2.1 重视道德修养、新闻业务素养

按照当前电视节目的发展规律可以看出，未来的电视节目会将市场和平台放在网络以及移动终端上，并以直播为主的方式进行。而电视节目主持人既是这些复杂化、多元化信息的“过滤器”，又是区别这些信息与资讯真假的重要“把关人”。我国著名的教育家、学者黄剑锋教授在他的著作中提到，进行新闻把关要做到以下几个方面：要满足媒体的立场、方针以及价值观，同时必须要按照广大受众的要求和标准对新闻资讯的内容进行筛选和取舍，将实用、有益、正确的信息提供给用户。随着网络的发展，网络中的海量信息充斥着各种危险与不确定性，因此，主持人必须提高自身的信息解决能力与正确的是非观念，并结合客观情况对舆论进行正确引导。新兴媒体的即时性并不允许主持人有充足的时间作出正确反应与思考，因此，主持人必须重视自身的文化积累以及专业素养，还要提高自己的临场应变能力，全面提升自我价值，这样才能够满足融媒体时代下电视节目主持的需求。

2.2 掌握融媒体时代技术要件

在融媒体时代下，主持人不但要具备电视制作的能力，而且还必须要适应全媒体环境的要求，并能够熟练运用各种信息技术手段，比如说文字、图像、视频、网络以及远程交互等方面的应用，并通过不同的方式将电

视节目内容的即时性以及视觉冲击力和感染力进行强化并提高到一个新的层次，同时还要加大各类信息资讯的表现力。除此之外，电视节目主持人还必须擅长通过新媒体积累人气以此提高节目的影响力与号召力，强化节目的黏合度。

2.3 转变话语方式

与传统媒体相比，新兴媒体在语境上并没有沿用传统媒体的一言堂模式，而是采用自由发言与表达意见的方式，如果条件允许，主持人可以随时接受观众的提问，或者表达自己的观点，最为重要的是广大受众所具备的话语权以及参与权并不是主持人给予的，而是网络平台发展到一定程度时自然形成的。大众传播的节目语境当中也融入了大量的情境交流，实现了主持人与观众的地位平等化，而且传播者与受众的身份可以相互转化。由于是面对面的方式，那么就不需要采用传统的“一对众”电视节目主持形式，新媒体更加重视观点的独特性以及信息解读的正确性。因此，主持人要重视口语生活化，这是当前新媒体的主旋律。

3. 融媒体时代下各类电视节目主持人的定位

3.1 新闻节目主持人

新闻类节目是电视媒体的重要组成部分，包括播报式以及谈话评论式。播报式新闻节目的主持人所重视的是政府或者媒体的某些观点与看法，所以这一类型的节目主持人必须不带任何个人的情感，将内容直观、简洁地进行播报；而谈话评论式的节目主持人不仅要具备丰富的知识，还必须要有良好的沟通能力以及临场反应能力，引导受访者将信息进行表达。

3.2 娱乐节目主持人

目前，国内的娱乐节目种类繁多，为了能够在激烈的竞争中处于不败之地，就必须通过主持人对节目本身有一个深度而又精确的定位。主持人风格多样也给娱乐节目主持人带来了新的发展方向。

3.3 体育类节目主持人

相比较于其他类电视节目，体育类节目内容充实而且节奏快，该类节目的观众群体较为固定，主要是喜爱体育运动或者竞技的人。因此，体育类节目主持人必须了解各种比赛规则，以及比赛双方的水平高低、风格差异等。在赛事当中对运动员的得失能够快速地给出分析结果，而且在播报中必须精简明显，情感激昂，让观众身临其境。

3.4 法制类节目主持人

法制类节目是通过电视节目将一些真实的案件加以评论与分析之后，让观众有亲历整个案件的过程，将依法治国的理念深入人心，全面提高人们的法律意识和维权意识，帮助人们在日常的工作与学习中明白法律的重要性，做到懂法、守法。法制类节目的主持人既不可以像娱乐节目主持人那样随兴，也不可以像体育节目那样激情四射。主持人在节目中必须把握好法律的权威性，无需像新闻播报主持那样庄重，但在评论和内容的分析上必须做到客观、中肯，还要将里面深层次的内容发掘出来，并和观众做好互动。

3.5 服务类节目主持人

服务类节目主要是为广大观众提供生活服务为主，比如说饮食、购物、旅游等一些定向性的节目。服务类节目的核心是为人民群众提供完善的生活资讯和生活服务内容，因此，服务类节目主持的风格必须要和蔼可亲、自然，让观众感受到节目内容的真实。除此之外，还必须要对市场有一个概括性的了解与研究，只有了解到观众的实际需求，才可以满足他们并得到观众的接受。

3.6 儿童类节目主持人

儿童节目主持人不但要具备良好的沟通能力与组织能力，还必须以儿童为核心做好节目主持的风格和定位，把握好儿童的心理变化规律，引导他们确立正确的价值观，在主持少儿类节目的同时还必须运用欢快、轻松的儿童式表达，这样才能够吸引他们注意力。同时主持人还需要会运用自己的肢体语言和儿童进行交流与互动，这对于强化信息传播的效果具有重要的促进作用。

3.7 经济类节目主持人

由于经济与民生息息相关，大多数人更加相信电视中权威经济专家以及学者的建议，所以，经济类节目也变成了从事经济活动的群众获得信息资源的重要途径。因此，经济节目类型的主持人在具备社会责任感与政治思想以外，还要拥有丰富的经济知识，所以，必须要认真谨慎。

结语

综上所述，对电视节目主持人的定位要求是电视事业发展到一定高度的时候出现的必然产物，想要将电视节目的质量与效果提升到新的层面，就必须做好主持人的定位设计，只有这样才能够在提高收视率的同时实现自我价值。媒

参考文献

[1] 章佩瑶 . 论融媒体时代电视主持人的转型升级与能力提升 [J]. 新闻研究导刊，2016（12）：124-137.

[2] 李曼 . 法制类电视节目主持人的角色定位及语言风格 [J]. 新闻传播，2015（3）：155-168.

[3] 秦佩璐 . 融媒体时代电视节目主持人的个性化探析 [J]. 戏剧之家，2015（16）：114-121.

（作者单位：广西南宁电视台）